

Акпарова А.А.

РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ: СТАТИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В КАЗАХСТАНЕ

А.А. Akparova

MARKET FOR GOODS AND SERVICES: STATISTICAL METHODS OF ANALYSIS AND TRENDS IN KAZAKHSTAN

УДК: 339.138:483(574.4)

В статье показаны роль статистической науки, имеющей возможность отразить состояние рынка, охарактеризовать его структуру и динамику, выявить и смоделировать влияние роли рыночных факторов, а также спрогнозировать его дальнейшее развитие. Раскрыты содержание основных счетов системы национальных счетов (СНС), которые содержат информацию об отраслях сферы товарного обращения.

In the article a role of the statistical science is shown and it has possibility to reflect a condition of the market, to characterize its structure and dynamics, to estimate its fluctuations, to reveal and simulate influence of a complex of market factors, and also it allows to build forecasts of its further development.

Значительную долю в ВВП в Казахстане занимают производство товаров и услуг. По официальным статистическим данным Агентства РК по статистике, в структуре ВВП за 2008г. доля производства товаров занимала 45%, услуг - 52,5%, в том числе в разрезе отраслей: сельского хозяйства - 5,2%), промышленности - 31,6%, строительства - 8,2%.

По оперативным статистическим данным Агентства РК по статистике за январь-май 2010 г. при несколько имеющей тенденции снижения доли производства товаров, производство услуг имеет тенденцию роста на 2,0%, что составляет 54,5%.

Рынок - сложное явление, тесно связанное с состоянием и развитием экономики в целом и со сложившимися социальными условиями. Для его характеристики следует привлекать весь современный арсенал статистического исследования.

В процессе реализации выдвинутых задач исследования рынка статистика пользуется соответствующими показателями, т.е. количественными и - качественными характеристиками тех явлений, которые в совокупности и сочетании образуют рынок товаров и услуг. Эти показатели призваны отразить состояние, развитие и устойчивость рынка на различных уровнях, во времени и в пространстве (географическом и социально-экономическом).

В основе системы показателей лежат основные экономические и социальные категории рынка. К ним относятся: товар; предложение; спрос; цена; товарооборот; товарный запас; основные фонды; издержки обращения; прибыль от реализации товаров.

Развитие рыночных отношений потребовало пересмотра методологии оценки всех видов деятельности. Международная методология базируется на

национальном счетоводстве - единой национальной системе бухгалтерского учета и статистики, охватывающей все виды деятельности и ориентированной на построение национальных счетов.

Система национальных счетов (СНС) - один из наиболее распространенных в мире и совершенных методов изучения экономики и ее результатов на основе построения балансовых макроэкономических моделей. Национальные счета строятся по принципу двойной записи каждого показателя, принятого в бухгалтерском учете: отражение в разделе "Ресурсы" одного счета и в разделе "Использование" другого счета. Национальные счета содержат систему взаимосвязанных макроэкономических показателей, отражающих результаты всех видов деятельности по производству материальных благ и услуг, их обращению и использованию, а также показателей, учитывающих все доходы, источники их формирования, направления распределения, перераспределения, конечного использования и накопления в разрезе отраслей и секторов экономики.

Национальные счета - система взаимосвязанных статистических показателей, построенная в виде определенного набора счетов и таблиц, целью которых являются получение полной картины экономической деятельности в масштабах всей страны за тот или иной период, отражение вклада каждой отрасли и каждого юридического лица в ее конечный результат.

В системе национальных счетов показатели всех видов деятельности представлены в группировке по отраслям и секторам экономики. Группировка экономики по секторам - новая методология для отечественной статистики, но широко используемая в международной практике. Она осуществляется с целью исследования потоков доходов и расходов, финансовых активов и пассивов, которые формируются в соответствии с типами экономического поведения институциональных единиц.

Институциональной единицей считается хозяйствующий субъект, если он ведет полный набор бухгалтерских счетов и является юридическим лицом, т.е. может самостоятельно принимать решения, располагаться своими материальными и финансовыми ресурсами.

В СНС выделяются следующие секторы: нефинансовые предприятия; финансовые государственные учреждения; общественные организации, обслуживающие домашние хозяйства; внешнеэкономические связи или "остальной мир". Отрасли сферы то-

варного обращения относятся к сектору "нефинансовые предприятия" внутренней экономики; внешняя торговля входит в сектор "внешнеэкономические связи" ("остальной мир").

Показатели результатов функционирования рынка товаров и услуг, а также обслуживающих его отраслей товарного обращения органически входят в систему макроэкономических показателей и могут быть выделены самостоятельно. Они включают показатели образования доходов в сфере товарного обращения, отражают участие торговых предприятий и объединений (фирм, компаний и т. п.) в процессах распределения и перераспределения доходов и формирования располагаемого дохода, а также характеризуют направления его использования. В СНС входят показатели экспорта и импорта, характеризующие результаты внешнеэкономической деятельности.

Показатели рынка товаров (продуктов и услуг) входят в каждый из сводных национальных счетов внутренней экономики: производства; образования доходов; распределения доходов; перераспределения доходов; использования доходов; капитальных затрат; внешнеэкономических связей.

Товары и услуги в СНС оцениваются в рыночных ценах, т.е. в ценах, в которых осуществляются экономические операции: это цены производителей и цены покупателей. Валовой внутренний продукт и продукты отдельных отраслей оцениваются в ценах конечного покупателя, а показатели валового выпуска - в ценах производителей. Продукты и услуги, не принимающие товарно-денежной формы, оцениваются по рыночному ценам на аналогичные товары и платные услуги, реализованные на рынке, или же по себестоимости, если рыночная цена отсутствует.

Основные счета содержат следующую информацию об отраслях сферы товарного обращения.

Счет производства позволяет определить валовой выпуск, промежуточное потребление и валовую добавленную стоимость, которые создаются в отраслях товарного обращения.

Счет образования доходов характеризует распределение валовой добавленной стоимости, создаваемой в отраслях товарного обращения, а также получение этими отраслями различных субсидий на формирование определенных доходов (оплата труда работников, занятых в этих отраслях, налоги, выплачиваемые отраслями, валовая прибыль и доходы).

Счет распределения доходов отражает распределение валового дохода отраслей товарного обращения, включая доходы, полученные из-за рубежа, а также выплату субсидий и различные платежи за рубеж. Балансирующим показателем данного счета служит "валовой располагаемый доход" отраслей товарного обращения, который характеризует общую сумму средств, остающихся в распоряжении организаций и предприятий после всех обязательных платежей.

Счет использования доходов характеризует использование валового располагаемого дохода на конечное потребление и валовые сбережения. При этом валовые сбережения являются балансирующей статьей счета, представляющей разницу между валовым располагаемым доходом и объемом конечного

потребления предприятий отраслей товарного обращения.

Счет капитальных затрат отражает использование доходов предприятий (фирм) сферы товарного обращения, предназначенных на капитальные нужды, на увеличение их материальных и нематериальных активов. Сюда входят: валовое образование основного капитала (прирост основных фондов), прирост запасов материальных оборотных средств (в том числе товарных запасов), чистые покупки нематериальных активов, земли под предприятия торговли и услуг, а также финансирование капитальных вложений за рубежом. Балансирующим показателем (статьей) этого счета являются чистые кредиты (+) или чистые долги (-).

Чистые кредиты свидетельствуют, что не все средства, предназначенные на капитальные нужды, использованы в отраслях товарного обращения. Их величина свидетельствует о способности или неспособности торговли и сферы услуг к финансированию капитальных затрат других отраслей и секторов экономики. Наличие чистых долгов, наоборот, свидетельствует о том, что собственных средств предприятиям и объединениям этих отраслей не хватает для капитальных вложений и их приходится привлекать из других отраслей и секторов экономики.

Счет внешнеэкономических связей ("остального мира") отражает финансовую сторону внешнеэкономической деятельности. Безусловным достоинством СНС можно считать то, что все их показатели увязаны между собой.

Методология статистики рынка опирается на теорию статистического исследования и разрабатывается исходя из поставленных задач. Уже упоминалось, что статистическая методология анализа и прогноза рыночных процессов и явлений определенным образом используется в маркетинге, методология которого имеет свою специфику.

Методология анализа подчинена целям исследования и в известной мере обусловлена имеющимися статистическими данными. Не следует во всех случаях обязательно стремиться к использованию сложных методов (в частности, эконометрических), если нужные выводы можно получить на основе применения более простых способов анализа. В статистическом исследовании рынка, на любом его уровне большое значение имеет использование абсолютных показателей. Масштабы рынка, его потенциал, объем товарной массы, вовлеченной в обращение, размер прибыли, полученной в результате коммерческой деятельности на рынке, другие показатели эффекта рыночной деятельности - все это объективно характеризует состояние рынка и является исходной базой прогноза.

Сказанное несколько не умаляет исключительно важную роль, которую в анализе рынка играют относительные величины уровня, координации, структуры и динамики, позволяющие дать оценку рыночной ситуации, охарактеризовать скорость и вектор изменений, обеспечить сопоставление с конкурентами, отразить пропорциональность развития и т. п. В условиях плановой экономики ведущим относитель-

ным показателем торговли был уровень выполнения плана.

Разумеется, с переходом к рыночной экономике и отказом от централизованного планирования объемов продажи и прибыли показатель выполнения плана не стал занимать одно из центральных мест, но на макроуровне для анализа имеет место его использовать. Во-первых, существует понятие плана маркетинга и контрольных (плановых) показателей; во-вторых, данная относительная величина используется как оценка выполнения договорных (контрактных) обязательств, наконец, в-третьих, она является мерой точности прогноза.

Не теряет своего значения метод группировок, и как способ выделения типических однородных групп, и как метод анализа структуры изучаемой совокупности, и как способ выявления связей и зависимостей. Находят свое применение и многомерные группировки.

В бизнес-статистике фирмы группируют собственные предприятия по ряду признаков, чтобы найти оптимальные характеристики, дать оценку хорошо и плохо работающим подразделениям. Государственная статистика группирует предприятия (фирмы), регионы, семьи потребителей, чтобы выявить определенные закономерности развития, дать оценку рыночной ситуации. В маркетинге группировки используются для моделирования поведения и предпочтений покупателей, а также в целях сегментации рынка. Изучение закономерностей рынка может потребовать построения и анализа рядов распределения, расчета их характеристик. В анализе состояния рынка, территориального распределения товарооборота и некоторых других показателей используются специфические методы регионального анализа. Одним из наиболее распространенных методов анализа в статистике рынка является индексный, который позволяет решить целый комплекс задач и охарактеризовать ряд показателей рынка. Наряду с динамическими индексами находят применение территориальные, индексы соотношений, качественных оценок, выполнения. Проявление стихийности в некоторых рыночных процессах заставляет уделять больше внимания проблеме оценки устойчивости и колеблемости ряда показателей состояния и развития рынка. Это связано и с проблемой количественных характеристик рыночного или коммерческого риска. В некоторых исследованиях рынка могут найти применение модели, построенные на основе использования методов теории статистичес-

ких решений и теории массового обслуживания. Зарубежный опыт показывает, что эти методы приносят определенную пользу в маркетинге.

Анализ рыночной конъюнктуры диктует необходимость выявления и моделирования тенденций рыночных процессов с помощью различных методов анализа динамических рядов и расчета трендовых моделей. Целям регулирования и прогнозирования рынка подчинено использование методов корреляционно-регрессионного анализа, метода главных компонент, кластерного анализа и других методов многомерного анализа. Важную роль в изучении и прогнозировании спроса имеет расчет показателей эластичности.

В зарубежной практике в целях анализа и прогнозирования ряда рыночных явлений и процессов широко используются методы экспертных оценок. Стохастический характер рыночных процессов позволяет обращаться к некоторым методам статистического и эконометрического моделирования, в частности трендовых и регрессионных уравнений. Использование этих методов позволяет выявить влияние роли различных факторов на рыночные процессы и явления. Самым ответственным моментом анализа, завершающим всю проделанную расчетную работу, является интерпретация полученных показателей и параметров построенных моделей, а также выводы, которые необходимо сформулировать в итоге исследования.

Таким образом, статистика, как наука, обладает соответствующим аппаратом глубоко научного и в то же время достаточно оперативного исследования, имеет возможность отразить состояние рынка охарактеризовать его структуру и динамику, оценить его колебания, выявить влияние роли отдельных факторов и, наконец, позволяет строить прогнозы его дальнейшего развития. Она тесно смыкается и в определенном смысле переплетается с маркетинговым исследованием.

Литература:

1. Сайт Агентства РК по статистике: www.stat.kz. Краткие итоги социально-экономического развития РК за январь-май, 2010 г.
2. Краткий статистический ежегодник Казахстана. Агентство РК по статистике. Алматы, 2010 г.
3. Беляевский И.К. Статистические методы в маркетинге торговых предприятий.- Вопросы статистики. - 2003, №10.
4. Методологические положения по системе национальных счетов. Алматы: Агентство РК по статистике, 2006 г.

Рецензент: д.э.н. Шокаманов Ю.К.